Modèle proposé par WikiCréa, www.creerentreprise.fr

BUSINESS PLAN
& ETUDE FINANCIERE

NOM DU PROJET

PHOTO D'ILLUSTRATION

NOM DU PORTEUR DE PROJET

ADRESSE

COORDONNEES

DATE

1- PRESENTATION DES PORTEURS DE PROJET

Nom, prénom, coordonnées, situation de famille.

Formation, diplômes, expérience professionnelle, activités extra ou para-professionnelles.

(joindre CV en annexe)

Mettre en avant ses points forts ; insister sur la cohérence du parcours, de la personnalité avec le projet.

2 - PRESENTATION DU PROJET

RESUME DU PROJET

Décrire le projet en quelques phrases simples et impactantes.

ORIGINE DU PROJET

Décrire l'origine du projet en quelques phrases.

Introduire les opportunités et atouts.

LES OBJECTIFS DU PROJET

Quel est l'objectif de cette création d'entreprise ? Motivations personnelles et objectifs tournés vers les autres.

STADE D'AVANCEMENT DU PROJET

Décrire ce qui a été fait et ce qui reste à faire sur le projet.

Planning de lancement.

Lister éventuellement les financements déjà acquis.

3 - ETUDE DE MARCHE

HYPOTHESES ET METHODE D'ETUDE DE MARCHE

Décrire les hypothèses d'étude de marché :

- Le produit ou service pré-ciblé
- Le marché pré-ciblé : décrire le secteur d'activité dans lequel le produit s'inscrit.

Lister et décrire les méthodes choisies pour réaliser l'étude de marché :

- Questionnaire,
- Etude documentaire,
- Etude de concurrence,
- Etude métier
- etc

APPROCHE GENERALE DU MARCHE

Décrire le marché, ses principales caractéristiques, historique et perspectives.

Citer ses sources : observation, articles, statistiques, outils utilisés.

Les menaces et opportunités du marché : les lister dans un tableau par exemple.

CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE

Volume et évolution de la demande

Tendances de consommation

Types de clientèle (segmentation)

Lister les prescripteurs (partenaires qui peuvent renvoyer des clients)

CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE

Concurrence directe et indirecte : lister les concurrents et les décrire.

Lister les points forts et les points faibles.

CARACTERISTIQUES DE L'ENVIRONNEMENT

Décrire le cadre légal, réglementaire, les facteurs externes au marché lui-même, l'évolution des technologies.

Lister les menaces et les opportunités de l'environnement.

CHIFFRE D'AFFAIRES

Part de marché visée et volume de chiffre d'affaires prévisible.

4 - STRATEGIE MARKETING ET MOYENS COMMERCIAUX

CHOIX DE SEGMENTS DE CLIENTELE

Rappeler les différents types de clientèles. Expliquer quels segments de clientèle vont constituer la cible et pourquoi ce choix.

Expliquer les grandes lignes du positionnement stratégique.

MARKETING-MIX

Présenter la politique marketing générale :

- choix du nom, du logo et des couleurs,
- choix du message, du slogan.

Présenter les éléments du marketing-mix :

Segment de clientèle	**Produit proposé**	**Positionnement en terme de prix**	**Lieu de distribution (si applicable)**	**Style et mode de communication**
Segment 1 (décrire)				
Segment 2 (décrire)				
Segment 3 (décrire)				

Décrire le marketing-mix et les choix proposés.

Insister sur la cohérence entre tous les éléments du marketing-mix.

Plan marketing : lister les actions commerciales et actions de communication prévues dans le temps. Inscrire leur coût si possible.

Type d'action	**Janvier**	**Février**	**Mars**	**…**
Actions pour se faire connaître : **-** **-** **-** **-** **-**	€	€	€	€
Actions pour faire tester ou essayer : **-** **-** **-** **-**	€	€	€	€
Actions pour faire acheter : **-** **-** **-** **-**	€	€	€	€
Actions pour fidéliser : **-** **-** **-** **-**	€	€	€	€

Lister les moyens à mettre en oeuvre et les partenaires sollicités pour les actions commerciales et de communication.

5 – MOYENS DE PRODUCTION ET ORGANISATION

LES LOCAUX

Liste des locaux, baux, conditions négociées, coût, utilité.

LE MATERIEL

Liste, mode d'acquisition ou de location, coût, utilité, renouvellement.

LES MOYENS HUMAINS

Personnel, plannings, horaires, coût, charges sociales.

Indiquer une répartition claire des tâches.

LES FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS

Liste des fournisseurs et/ou sous-traitants, devis obtenus, tarifs, conditions négociées.

6 – STATUT JURIDIQUE

Indiquer le statut juridique retenu et les raisons de ce choix.

7 – ETUDE DES RISQUES

Lister les risques pouvant peser sur l'entreprise et les moyens de les contourner ou de les annuler.

Nature de risque	**Description des risques**	**Stratégie de traitement des risques**
Risques liés à l'environnement général		
Risques liés au marché		
Risques liés aux outils opérationnels (matériel, informatique)		
Risques liés aux personnes		
Risques liés aux tiers		

8 – PLAN FINANCIER PREVISIONNEL

Insérer le plan financier prévisionnel (voir notre modèle Excel).

Commenter les principaux chiffres.

9 – ANNEXES

Renvoyer en annexe les documents trop volumineux ou difficiles à lire :

- étude de marché complète,
- contrats,
- conditions générales de vente,
- etc.